

**PENGARUH CITRA MEREK, DISKON, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SITUS TRAVELOKA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

NIKEN ASHARI

B 100 150 290

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK, DISKON, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
SITUS TRAVELOKA**

Yang ditulis oleh:

NIKEN ASHARI

B 100 150 290

Penanda tangan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 6 Juli 2019

Pembimbing Utama



(Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, SE, M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271)
717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **NIKEN ASHARI**
NIM : **B 100 150 290**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH CITRA MEREK, DISKON, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SITUS
TRAVELOKA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 6 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,

(NIKEN ASHARI)

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap. (QS. AlInsyirah, 6-8).”

“Always be yourself no matter what they say and never be anyone else even if they look better than you”

“Untuk mendapatkan kesuksesan, keberanianmu harus lebih besar daripada ketakutanmu”.

“Happiness is not how much money we have, but how much time we can be thankful”

“Tugas seorang hamba ialah berikhtiar sebaik mungkin dan kemudian berdoa. Selanjutnya Allah SWT yang akan mengurus sisanya”.

“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan (mengerjakan) shalat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.” (Al-Baqarah: 153)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis persembahkan karya istimewa ini teruntuk:

- ❖ Allah SWT atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
- ❖ Suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW, semoga shalawat serta salam selalu tercurah kepada beliau, keluarga dan para sahabatnya.
- ❖ Ibu dan Ayah tercinta yang selalu memberikan semuanya, doa tiada henti, kasih sayang, pengorbanan, dukungan materi, dan kebahagiaan yang tidak akan pernah bisa kubalas.
- ❖ Kakak tersayang yang selalu memberikan semangat serta keceriaan dalam setiap langkahku.
- ❖ Keluarga besar Eyang Imam Sudjaki dan Eyang Surip terimakasih atas doa dan restunya yang diberikan kepada penulis.
- ❖ Teman-teman seperjuangan, serta semua sahabat dan teman dekat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
- ❖ Almamater UMS tercinta.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan anugerah-Nya. Tak lupa sholawat serta salam tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Diskon, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Traveloka” dengan lancar. Penulisan skripsi ini disusun sebagai syarat dalam rangka memenuhi tugas akhir dan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada strata 1 ilmu ekonomi, konsentrasi manajemen pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, untuk semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan penuh kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak Drs. Kusdiyanto, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu dan memberikan arahan dalam pengambilan keputusan mata kuliah maupun lainnya.
6. Bapak dan Ibu Dosen di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama mengenyam bangku perkuliahan, serta tak lupa seluruh karyawan dan staff Tata Usaha yang telah memberikan bantuan dan kelancaran dalam urusan administrasi.
7. Ayahku Hari Sucianto, Ibunda Wasri Hartati, kakakku Adnan M. Jalusy dan keluarga penulis yang telah memberikan doa, kasih sayang, motivasi, dukungan, semangat, masukkan serta membantu baik secara spiritual maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Semoga Mamaha, Babaha, dan kakak selalu dalam lindungan Allah SWT.
8. Seluruh keluarga besar Eyang Imam Sudjaki dan Eyang Surip, saudara-saudaraku yang telah memberi doa, perhatian dan dukungannya.
9. My support system every time, Budhi Judanto. Terima kasih untuk dukungan dalam pembuatan skripsi ini, terima kasih juga atas perhatian dan kasih sayang yang telah diberikan.

10. Sahabat-sahabatku Noni, Armel, Ilham, Desi, Regitha, Mia, Nada, dan Farah yang selalu memotivasi, memberi semangat tiada henti dari awal sampai akhir dan yang selalu ada setiap saat.
11. Teman-temanku di keluarga KOPMA UMS yang selalu menemani disetiap langkah selama di perantauan.
12. Teman-teman kelas H Manajemen UMS 2015 yang telah memberikan dukungan dan semangat selama masa perkuliahan.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang dengan ikhlas membantu penulis hingga terselesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan sehingga jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Aamiin yaa Robbal Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 6 Juli 2019

Penulis

Niken Ashari

ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, diskon, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui situs Traveloka. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang telah melakukan pembelian pada situs Traveloka. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* dengan sampel penelitian sebanyak 150 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi lapangan berupa kuesioner. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Citra Merek, Diskon, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of brand image, discount, service quality, and price perception on purchasing decisions through the Traveloka site. The population in this study were all people who had made purchases on the Traveloka site. The technique sampling used in this study was convenience sampling with a sample of 150 respondents. The data collection method used is a field study in the form of a questionnaire. The analytical tool in this study uses multiple linear regression. The results of this study indicate that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, discounts have a positive and significant effect on purchasing decisions, service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, and price perception has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image, Discount, Service Quality, Price Perception, Buying Decision*

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Pengembangan Hipotesis	21
D. Kerangka Pemikiran.....	25

BAB III	METODE PENELITIAN.....	26
	A. Jenis dan Data Penelitian	26
	B. Populasi dan Sampel	26
	C. Metode Pengumpulan Data	28
	D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
	E. Metode Analisis Data	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
	A. Gambaran Umum Perusahaan	37
	B. Deskripsi Responden	37
	C. Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Variabel Penelitian	42
	D. Uji Instrumen	48
	E. Uji Asumsi Klasik	53
	F. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	55
	G. Uji Koefisien Determinasi	58
	H. Uji F	58
	I. Uji t	59
	J. Pembahasan	60
BAB V	PENUTUP	65
	A. Kesimpulan	65
	B. Keterbatasan Penelitian	66
	C. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Menurut Usia	39
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Menurut Pekerjaan	40
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Menurut Pendapatan	41
Tabel 4.5. Deskripsi Responden Menurut Jenis Produk yang Paling Sering Dibeli	42
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Tentang Citra Merek	43
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Tentang Diskon	44
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan	45
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Tentang Persepsi Harga	46
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian	47
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Citra Merek	48
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Diskon	49
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	50
Tabel 4.14. Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	51
Tabel 4.15. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.16. Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.17. Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.18. Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.19. Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.20. Ringkasan Model	56
Tabel 4.21. ANOVA	56
Tabel 4.22. Koefisien	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	25
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Penelitian

Lampiran 3 Hasil Frekuensi Identitas Responden

Lampiran 4 Hasil Tanggapan Responden

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 9 Tabel r